

Panorama de MDM (2.º trimestre de 2014)

Durante el año pasado, el mercado de la gestión de datos maestros (MDM) mostró un crecimiento sostenido y se confirmó como uno de los mercados de software empresarial con mayor crecimiento. Hemos calculado el valor del mercado de software de MDM en 1.160 millones de dólares estadounidenses, lo cual refleja un aumento anual del 9%. En este cálculo, se incluyen los ingresos relacionados con MDM de todas las empresas de software que operan en el mercado, pero se excluyen los ingresos por consultoría e integración de sistemas asociados a las implementaciones de MDM (aunque sí se incluyen los ingresos por servicios profesionales de los proveedores de software). En cuanto al cálculo de los ingresos, 640 millones de dólares estadounidenses corresponden a las licencias de software de MDM en sí; 198 millones, a los derivados del mantenimiento; y 326 millones, a los servicios profesionales de MDM de los proveedores de software. De nuestra investigación se desprende que, de media, el coste del personal de un proyecto de MDM cuadruplica el coste de la licencia del software, por lo que resulta evidente la existencia de un mercado de consultoría amplio y perfectamente delimitado asociado a MDM.

El mercado de MDM existe desde hace ya un decenio (aunque hubo algunos pioneros antes de que se generalizase este término). Se ha desarrollado a partir de las primeras iniciativas destinadas a mejorar la coherencia de los datos relativos a los clientes y a los productos hasta convertirse en un mercado independiente en toda regla. En la actualidad, aunque la mayoría de los proveedores se califiquen como multidominio, muchos siguen teniendo arraigada su base en los datos de los productos o de los clientes. Aun así, no cabe duda de que MDM se está convirtiendo, en general, en un asunto más amplio en el colectivo de usuarios finales, quienes recurren a este tipo de gestión para el mantenimiento no solo de los datos de clientes y productos, sino también los datos sobre activos, ubicaciones, proveedores, finanzas y personal. De hecho, es bastante habitual que los proyectos de MDM se dediquen a áreas relativamente insustanciales como el mantenimiento de datos de referencia más o menos estables (códigos de países, por ejemplo) a modo de tentativa antes de ampliar la iniciativa a dominios de datos maestros más cambiantes.

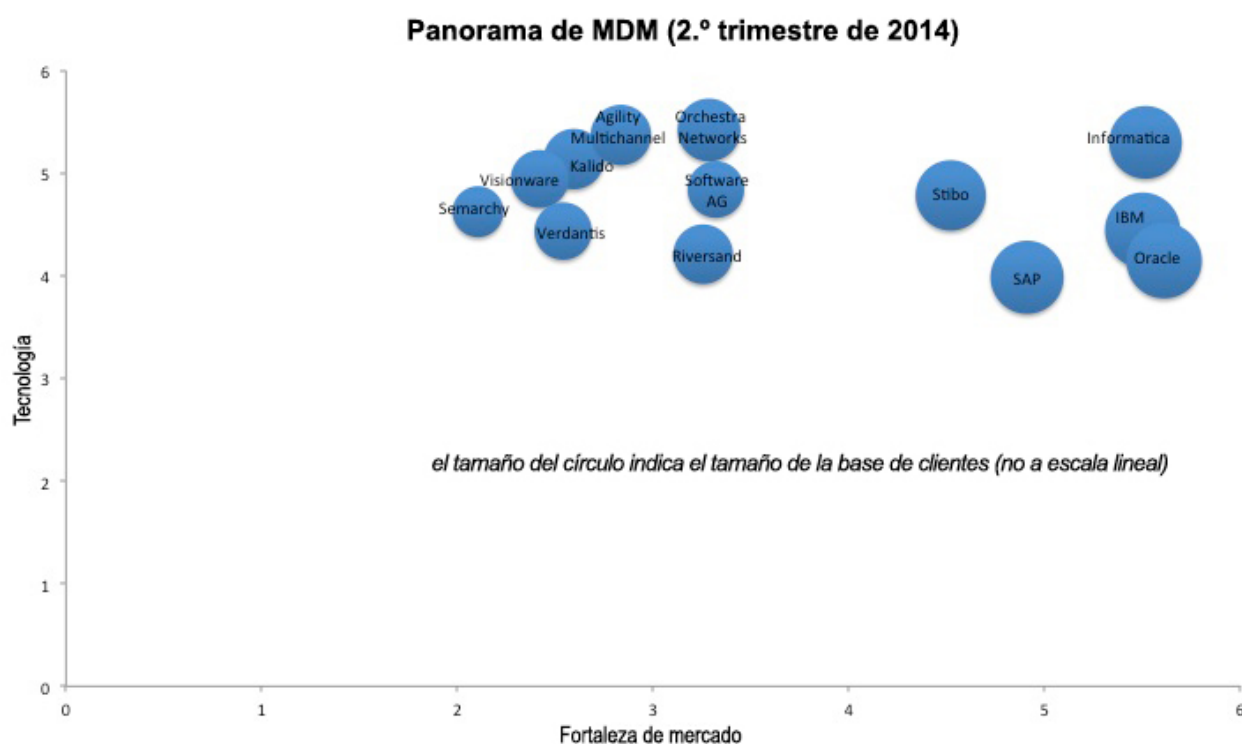
Cuanto más se extienden en alcance y amplitud los dominios que abarcan las iniciativas de datos maestros, más necesario resulta incorporar a los directivos del negocio. Una iniciativa de MDM exige que se involucre gente con autoridad y capacidad para tomar decisiones difíciles sobre las prácticas comerciales que se deben modificar para conseguir una mayor estandarización tanto de los datos como de sus definiciones. Esto supone un gran reto y, de hecho, según uno de nuestros recientes estudios, las grandes organizaciones cuentan con una media de 15 fuentes de datos maestros distintas y conflictivas. En una encuesta similar llevada a cabo en 2008, el número obtenido también fue de 15, lo cual sugiere que, pese a todas las inversiones realizadas, reducir el número de fuentes de datos maestros sigue resultando una ardua tarea. Las empresas son cada vez más conscientes de esto, por lo que no deja de aumentar el número de empresas que emprenden iniciativas de gobernanza de datos y de proveedores de MDM que ofrecen algún tipo de apoyo a esas actividades, como cuadros de mando o flujos de trabajo de administración de datos.

Las implementaciones de MDM basadas en cloud suscitan un interés minoritario aunque en aumento a partir de una reducida base. Si continúa esta progresión, surgirán nuevos retos para los proveedores, que están acostumbrados al modelo de software con licencia perpetua. Algunos proveedores han dado un

primer paso y ofrecen funcionalidad de "Big Data" en sus productos, por ejemplo, mediante alguna clase de enlace a los datos de Hadoop. Sin duda, los ingentes volúmenes de datos que se suelen manejar en dichas situaciones exigen que se lleve a cabo algún tipo de clasificación como, por ejemplo, la vinculación de los datos de las cuentas empresariales a los datos de las redes sociales. MDM debe desempeñar un papel fundamental pero, de momento, el Big Data sigue aún en ciernes a pesar de las considerables inversiones realizadas y son pocas las empresas que, en la práctica y pese a considerarlo una opción atractiva, están vinculando estas iniciativas a sus soluciones de MDM.

En lo que respecta a los proveedores, a pesar de la considerable actividad en cuestión de fusiones y adquisiciones en el pasado, el mercado de MDM no muestra ningún signo de una auténtica consolidación. Es más, cabe destacar el elevado número de nuevas incorporaciones que se ha producido en los últimos años. Algunos han basado su tecnología en bases de datos no relacionales mientras que otros se dedican solo a un sector o caso de uso particular, lo que ha llevado a considerar la especialización sectorial un elemento diferenciador clave. Diez años después, el mercado de MDM ha empezado a crecer y continúa confluyendo en la corriente dominante del software empresarial.

En el diagrama siguiente, se resumen los principales proveedores del mercado.



El diagrama del panorama representa el mercado en tres dimensiones. El tamaño del círculo representa la base de clientes del proveedor, esto es, el número de empresas a las que ha vendido software de MDM, ajustado según el volumen de las operaciones. Cuanto más grande es el círculo, mayor es la base de clientes (aunque no está a escala). La puntuación en tecnología se ha obtenido con un conjunto ponderado de puntos derivados de lo siguiente: satisfacción de los clientes medida en una encuesta entre clientes de referencia¹, impresión de los analistas de tecnología, madurez de la tecnología en cuanto al tiempo que lleva en el mercado y envergadura de la tecnología en cuanto a la cobertura en comparación con nuestro

¹ A falta de referencias con suficiente información, se ha asignado una calificación neutra a este factor.

modelo funcional. La fortaleza de mercado se ha obtenido con un conjunto ponderado de puntos derivados de lo siguiente: ingresos por MDM, crecimiento, solidez financiera, tamaño del ecosistema de socios, base de clientes (ajustada por ingresos) y cobertura geográfica. The Information Difference dispone de perfiles más detallados sobre cada uno de los proveedores. A la hora de valorar sus necesidades, se recomienda a los clientes que examinen con atención sus propios requisitos específicos en lugar de prestar atención a evaluaciones generales como el diagrama del panorama. Ponemos a disposición de los clientes un enfoque de evaluación y un modelo de funciones de MDM completos.

Se ha asignado una parte significativa de la puntuación en la dimensión de "tecnología" a la satisfacción de los clientes determinada por una encuesta entre la clientela de los proveedores. En este ciclo de estudio, el proveedor con los clientes más satisfechos es Agility Multichannel, seguido de Semarchy y Orchestra Networks y, a continuación, Verdantis e Informatica. Enhorabuena a todos ellos.

A continuación, se ofrece una lista de los proveedores de MDM más importantes.

Proveedor	Descripción breve	Sitio web
Agility Multichannel	Proveedor de MDM para datos de productos especializado en gestión de productos para el comercio.	www.agilitymultichannel.com
Ataccama	Proveedor de calidad de datos que también ofrece un hub de MDM en su oferta de software.	www.ataccama.com
Cadis	Proveedor de gestión de datos empresariales especializado en el sector de los servicios financieros.	www.cadisedm.com
D&B Purisma	Software de hub de clientes adquirido por el gigante de los servicios para negocios D&B.	www.purisma.com
Dell Boomi	División de servicios de Dell que ya dispone de un producto de software de MDM basado en cloud.	www.boomi.com/mdm
EnterWorks	Proveedor de MDM multidominio con base en la gestión de la información sobre productos.	www.enterworks.com
Global IDs	Proveedor con sede en Nueva York especializado en la gobernanza de datos.	www.globalids.com
GoldenSource	Proveedor británico especializado en el sector de los servicios financieros.	www.thegoldensource.com
GXS	Proveedor especializado en datos maestros de productos, pero con capacidad para gestionar otros dominios de datos.	www.gxs.com www.gxsproductmasterdata.com
hybris	Proveedor especializado en datos maestros de productos y comercio electrónico. Ahora, forma parte de SAP.	www.hybris.com/es/
IBM	Gigante del sector con completas ofertas de MDM en todos los dominios de datos y con todos los estilos de implementación.	www.ibm.com/es/es/
Informatica	Proveedor de gestión de datos con una	www.informatica.com/es

	solución de MDM multidominio, que incluye el antiguo proveedor de PIM Heiler, el cual adquirió el año pasado. El producto de Heiler (ahora conocido como Informatica PIM) es específico para la gestión de datos maestros de productos, proveedores y activos multimedia para la distribución multicanal.	
Information Builders	Proveedor de business intelligence que actualmente dispone de una solución de MDM: iWay Master Data Center.	http://www.informationbuilders.es/
Indus Valley Partners (IVP)	Proveedor de gestión de datos empresariales especializado en la parte de adquisición de los mercados de capital.	www.ivp.in
InterSystems	Proveedor que combina una base de datos de objetos con una plataforma de integración de aplicaciones para ofrecer MDM.	www.intersystems.co.uk
Kalido	Proveedor de gestión de la información (que actualmente forma parte de Magnitude Software) especializado en la gobernanza de datos.	www.kalido.com
Liaison	Software de MDM basado en cloud y especializado en los datos de productos.	www.liaison.com
Oracle	Gigante de las bases de datos y las aplicaciones que dispone de varias soluciones de MDM.	www.oracle.com/es/
Orchestra Networks	Proveedor de MDM multidominio, basado en modelos y especializado en la gobernanza de datos.	www.orchestranetworks.com
Pitney Bowes Software	Proveedor de gran envergadura que a finales de julio de 2012 presentó un producto de MDM basado en una base de datos gráfica.	www.pitneybowes.es
Profisee	Proveedor con una oferta que complementa la plataforma Microsoft MDS, en la cual se basa.	www.profisee.com
QAD	Proveedor especializado en datos maestros de productos.	www.qad.com/erp?userLanguage=es_ES
Riversand	Proveedor de datos maestros multidominio especializado en datos de productos.	www.riversand.com
RollStream	Proveedor especializado en datos maestros de proveedores.	www.rollstream.com
SAP	Gigante de las aplicaciones que dispone de una solución de MDM propia.	www.sap.com/spain/index.html

SAS	Gigante privado de software que dispone de una solución de MDM multidominio.	www.sas.com/offices/europe/spain/
Semarchy	Empresa emergente que presentó un producto de MDM a finales de 2011 con el lema "evolutionary MDM".	www.semarchy.com
Software AG	Proveedor de soluciones de SOA, BPM y MDM multidominio.	www.softwareag.com/mdm
SmartCo	Proveedor de gestión de datos empresariales especializado en el sector de los servicios financieros.	www.smartco.com
sparesfinder	Proveedor especializado en el control de datos de recambios.	www.sparesfinder.com
Stibo Systems	Proveedor especializado en datos maestros de productos, proveedores y ubicaciones.	www.stibosystems.es
Talend	Proveedor de código abierto que actualmente dispone de un conjunto de MDM.	www.talend.com
Teradata	Gigante de las bases de datos que dispone de una solución de MDM propia.	http://www.teradata.com.es
Tibco	Proveedor de integración con un hub de MDM orientado a los datos de los productos.	www.tibco.es
Verdantis	Empresa escindida de Zycus (desde octubre de 2012). Este proveedor se centra en MDM para el sector energético.	www.verdantis.com
VisionWare	Proveedor de MDM con sede en Reino Unido y en EE. UU., especializado en el sistema sanitario, los servicios financieros y la administración local con su producto MultiVue.	www.visionwareplc.com
Zycus	Zynapse: división de Zycus, que ofrece software de MDM centrado en los dominios de datos de materiales y proveedores.	www.zynapse.com